

PENGARUH POTONGAN HARGA DAN SUASANA TOKO TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI INDOMARET PULOREJO KOTA MOJOKERTO

Gati Dinda Lestari

Pendidikan Tata Niaga, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Surabaya
Gatilestari@mhs.unesa.ac.id

Parjono

Pendidikan Tata Niaga, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Surabaya

Abstrak

Penelitian ini berpangkal pada gap penelitian Putra (2014) yang bertentangan dengan penelitian Emor (2015) pada variabel potongan harga. Sedangkan variabel suasana toko pada penelitian An'nisa (2016) yang bertentangan dengan penelitian Zain (2016). Kebaruan penelitian ini terletak pada variabel penelitian, lokasi penelitian, dan indikator penelitian. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh potongan harga dan suasana toko terhadap keputusan pembelian di Indomaret Jl.Pulorejo Kota Mojokerto.

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Populasi penelitian yaitu sejumlah 241 orang. Teknik pengambilan sampel menggunakan nonprobability sampling dengan teknik accidental sampling. Sampel penelitian sejumlah 84 responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda dengan program SPSS 23.00

Simpulan penelitian ini menunjukkan bahwa variabel potongan harga dan suasana toko di Indomaret Jl.Pulorejo Kota Mojokerto tergolong kuat. Hasil uji F menunjukkan bahwa variabel potongan harga (X_1) dan suasana toko (X_2) berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian. Hasil Uji-t menunjukkan bahwa potongan harga (X_1) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Suasana toko (X_2) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Variabel yang dominan mempengaruhi keputusan pembelian adalah variabel Suasana toko (X_2).

Kata kunci : Potongan Harga, Suasana Toko, Keputusan Pembelian

Abstract

This research stems from research gap Putra (2014) which is contradicts Emor's research (2015) on the variable discount rate. While on variable store atmosphere in An'nisa research (2016) which is contradicts Zain's research (2016). The newest of this research is using research variables, research locations, and research indicators. This study aims to determine influence of the discount rate and store atmosphere on purchase decision in Indomaret Jl.Pulorejo Mojokerto City.

This type of research is descriptive with quantitative approach. The population of this research consist of 241 people. The sample is taken using non-probability sampling and accidental sampling techniques. The sample consist of 84 respondents. The data of this research are collected using angket method. Technical analysis of data use multiple linear regression analysis with SPSS 23.00 program.

The conclusion of this research suggest that discount rate and store atmosphere of Indomaret Jl.Pulorejo Mojokerto City are considered to be strong and good. The result of F-test indicates that the variable discount rate (X_1) and store atmosphere (X_2) simultaneously affect purchase decision. The result of t-test indicates that discount rate (X_1) significantly affect purchase decision. Store atmosphere (X_2) also significantly affect purchase decision. Store atmosphere (X_2) is the dominant variable in affecting purchase decision.

Keywords : discount rate, store atmosphere, purchase decision

PENDAHULUAN

Potongan Harga memiliki beberapa indikator, yaitu pengurangan harga, diskon produk baru, diskon produk kurang laku, diskon momen tertentu, kompensasi harga dan diskon kuantitas.

Setiap bulannya Indomaret memberikan tiga jenis potongan harga, diantaranya (1) Diskon Bulanan (2) Diskon Super Hemat (3) Potongan Harga Heboh

Peningkatan suasana toko yang benar dan nyaman bisa memunculkan ketertarikan pengunjung untuk mencari tahu apapun yang diperjual belikan dalam toko tersebut. Suasana toko dapat diciptakan mulai dari aspek

pencahayaannya, tata letak ruang, dan penataan produk di rak dagangan yang teratur dan menarik konsumen. Indikator Suasana Toko meliputi *instore* atau dalam toko yang mencakup pencahayaan, pendingin ruangan, tata letak ruang, display dan kebersihan. Bagian luar toko atau *outstore* meliputi papan nama, tempat parkir, desain lingkungan.

Berdasar uraian di atas muncul gap dari hasil penelitian, Putra (2014) menyimpulkan variabel potongan harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Matahari *Department Store* Pasar Besar Malang. Sementara penelitian Emor (2015) menyimpulkan bahwa variabel potongan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di Alfamidi Tanjung Batu.

An'nisa (2016) menyimpulkan bahwa variabel suasana toko tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian di *Café Little Wings* Bandung, sedangkan pada penelitian Zain (2016) menyimpulkan bahwa variabel suasana toko berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di KFC Taman Square Bogor

Indomaret merupakan salah satu usaha yang bergerak pada bidang ritel di Jalan Pulorejo, Mojokerto. Indomaret Pulorejo menjual berbagai produk kebutuhan sehari-hari mulai dari makanan ringan, makanan instan, minuman, bahan instan dapur, kebutuhan kebersihan rumah maupun badan dan banyak lagi. Minimarket yang berdiri tahun 2016 ini memiliki luas bangunan 200 meter persegi dengan jam operasional mulai pukul 7 pagi hingga 10 malam mulai hari senin sampai minggu. Indomaret Jl.Pulorejo bukan satu satunya usaha bisnis minimarket ritel di Pulorejo.

Terdapat alasan penulis memilih objek penelitian di Indomaret Jl.Pulorejo Kota Mojokerto karena Indomaret merupakan pelopor pertama toko ritel modern sejak tahun 1997. Berdasar hasil observasi lapangan, penulis menemukan kelebihan yang menjadi nilai plus bagi Indomaret Jl.Pulorejo untuk dijadikan objek penelitian dibanding dengan minimarket lain pada kota yang sama, yaitu kegiatan promosi yang dilakukan Indomaret di Jl.Pulorejo lebih bervariasi dan dengan penyebaran brosur di setiap rumah warga oleh pramuniaga toko, bagian dalam toko luas untuk ukuran minimarket sehingga memudahkan arus belanja konsumen.

Pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh potongan harga dan suasana toko terhadap keputusan pembelian di Indomaret Jalan Pulorejo Kota Mojokerto.

Potongan Harga

Definisi Potongan Harga

Suharno dan Sutarso (2010:275) mendefinisikan "Potongan Harga adalah pengurangan langsung terhadap

harga atas pembelian selama satu periode tertentu." Spethman (1995) dalam Kotler dan Keller (2009:223) mendefinisikan "Potongan Harga adalah penurunan harga langsung dari harga resmi untuk setiap pembelian sepanjang periode waktu yang ditentukan".

Jenis-Jenis Potongan Harga

Arifin (2009:135) menyebutkan sembilan jenis potongan harga, yang dapat diambil intinya sebagai berikut :

- 1) Diskon produk baru
- 2) Diskon yang harga jualnya dinaikkan terlebih dahulu
- 3) Diskon tutup usaha
- 4) Diskon produk tidak laku
- 5) Diskon momen tertentu

Faktor Pemberian Potongan Harga

Saladin (2003:173) menyebutkan faktor pemberian potongan harga, yang intinya sebagai berikut :

- 1) Lebihnya kapasitas
- 2) Persaingan yang semakin ketat
- 3) Menonjolkan pasar dengan harga yang lebih murah

Suasana Toko

Definisi Suasana Toko

Utami (2008:163) mendefinisikan :

Suasana toko adalah desain lingkungan melalui komunikasi visual, pencahayaan, musik, dan wangi-wangian untuk merancang respons emosional dan persepsi pelanggan untuk mempengaruhi pelanggan dalam membeli barang. Kotler (2003:542) mendefinisikan "Suasana (*Atmosphere*) setiap toko mempunyai tata letak fisik yang memudahkan/menyulitkan untuk berputar putar di dalamnya".

Unsur-Unsur Suasana Toko

Sopiah dan Syihabudhin (2008:148-150) menyebutkan empat unsur dari suasana toko, yang disarikan :

- 1) Desain Toko
Desain Toko mencakup : Bagian depan toko , Pintu masuk, Wajah toko, *Layout* dan *Ambience*
- 2) Perencanaan Toko, meliputi :
 - a) Tata letak ruang
 - b) Alokasi Ruang
- 3) Komunikasi Visual
- 4) Penataan *Merchandise*

Keputusan Pembelian

Definisi Keputusan Pembelian

Kotler dan Armstrong (2001:226) mendefinisikan “Keputusan Pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli dimana konsumen benar benar membeli produk”. Suharno dan Sutarto (2010:96) mendefinisikan “Keputusan Pembelian adalah tahap dimana pembeli telah menentukan pilihannya dan melakukan pembelian produk, serta mengkonsumsinya”.

Koeswara (1995:79-83) menyebutkan tujuh faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, yang dapat diambil intinya yaitu :

- 1) Faktor kebudayaan
- 2) Kelas sosial
- 3) Kelompok referensi
- 4) Keluarga
- 5) Pengalaman
- 6) Kepribadian
- 7) Kepercayaan dan sikap

Proses Pengambilan Keputusan Pembelian

Kotler dan Keller (2009:222-227) menyebutkan lima proses pengambilan keputusan pembelian, yang intinya :

- 1) Pengenalan Kebutuhan
- 2) Pencarian Informasi
- 3) Evaluasi berbagai alternative
- 4) Keputusan Pembelian
- 5) Perilaku pasca pembelian

METODE

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Variable bebas yang digunakan pada penelitian ini yaitu variable potongan harga (X_1) dan variable suasana toko (X_2) serta variable terikat Keputusan pembelian (Y). Populasi yang digunakan pada penelitian yaitu konsumen Indomaret selama seminggu pada tanggal 25-31 Juni 2018 yang berjumlah 841 orang.

Teknik pengambilan sampel pada penelitian yaitu dengan teknik *Non-probability sampling* dengan *Accidental Sampling*, dengan penentuan jumlah sampel menggunakan rumus Arikunto dalam Zuhri (2001:159) yaitu jika jumlah populasi kurang dari >100 lebih baik diambil semua dan jika jumlah populasi < 100 maka bisa diambil 10-25%, maka pada penelitian ini penulis mengambil 10% dari jumlah total populasi sejumlah 841, sehingga banyaknya sampel yang diperoleh yaitu 84 orang.

Penulis melakukan uji coba instrumen sebelum penyebaran angket, pengujian instrument penelitian dilaksanakan dengan penyebaran instrument penelitian pada 20 responden selanjutnya dilakukan uji coba validitas dan reliabilitas instrumen. Instrumen dinyatakan valid atau memenuhi syarat apabila harga koefisien

$r_{hitung} \geq r_{tabel}$, sedangkan instrument penelitian

dinyatakan reliable jika memiliki nilai *Alpha Cronbach* $\geq 0,60$ atau 60%.

Setelah instrumen dinyatakan valid dan reliabel, dilakukan analisis data memakai uji analisis asumsi klasik, regresi linear berganda dan uji hipotesis data penelitian

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Tabel 1.3 Hasil Validitas Data untuk Indikator Potongan Harga (X_1)

Item	Nilai Korelasi	r_{tabel}	Keterangan
	Product Moment (r_{hitung})		
1	0.526	0.217	VALID
2	0.358		VALID
3	0.551		VALID
4	0.613		VALID
5	0.629		VALID
6	0.658		VALID
7	0.568		VALID
8	0.689		VALID
9	0.535		VALID
10	0.603		VALID
11	0.612		VALID
12	0.619		VALID
13	0.651		VALID
14	0.584		VALID
15	0.616		VALID

Berdasar Tabel 1.3 di atas, diketahui bahwa variabel Potongan Harga (X_1) terdapat 15 butir item pernyataan dengan hasil uji validitas keseluruhan valid. Selanjutnya Tabel 1.4 memberikan hasil uji validitas angket untuk variabel Suasana Toko (X_2).

Tabel 1.4 Hasil Validitas Data untuk Variabel Suasana Toko (X_2)

Item	Nilai Korelasi	r_{tabel}	Keterangan
	Product Moment (r_{hitung})		
1	0.304	0.217	VALID
2	0.572		VALID
3	0.573		VALID
4	0.625		VALID
5	0.750		VALID
6	0.692		VALID
7	0.554		VALID
8	0.483		VALID
9	0.505		VALID
10	0.620		VALID
11	0.487		VALID
12	0.667		VALID
13	0.590		VALID

Nilai Korelasi			
Item	Product Moment (r_{hitung})	r_{tabel}	Keterangan
14	0.654		VALID
15	0.668		VALID

Berdasar Tabel 1.4 di atas, diketahui bahwa variabel Suasana Toko (X2) terdapat 15 item dengan hasil uji validitas keseluruhan valid. Selanjutnya Tabel 1.5 memberikan hasil uji validitas angket untuk variable Keputusan Pembelian (Y).

Tabel 1.5 Hasil Validitas Data untuk Variabel Keputusan Pembelian

Nilai Korelasi			
Item	Product Moment (r_{hitung})	r_{tabel}	Keterangan
1	0.577		VALID
2	0.532		VALID
3	0.486		VALID
4	0.622		VALID
5	0.579		VALID
6	0.646		VALID
7	0.668		VALID
8	0.579	0.217	VALID
9	0.607		VALID
10	0.630		VALID
11	0.646		VALID
12	0.511		VALID
13	0.548		VALID
14	0.614		VALID
15	0.603		VALID

Berdasarkan Tabel 1.5 di atas, diketahui bahwa pada variabel Keputusan Pembelian (Y) terdapat 15 butir item pernyataan dengan hasil uji validitas keseluruhan valid.

Uji Reliabilitas

Table 1.6 Hasil Uji Reliabilitas Data

Variable	Cronbach's Alpha	Jumlah Item	r_{tabel}
Potongan Harga (X1)	86%	15	60%
Suasana Toko (X2)	86%	15	60%
Keputusan Pembelian (Y)	86%	15	60%

Berdasar Tabel 1.6 di atas, diketahui bahwa nilai koefisien Alpha Cronbach yang diperoleh dari hasil uji coba untuk variabel Potongan Harga (X1) dan Suasana

Toko (X2) serta Keputusan Pembelian (Y) $\geq r_{tabel}$, sehingga kesimpulan dari uji reliabilitas dari ketiga variabel pada instrumen penelitian dinyatakan reliabel.

Metode Analisis Data

Uji Asumsi Klasik

Berdasar hasil uji asumsi klasik menggunakan program aplikasi SPSS versi 23, di dapatkan hasil uji sebagai berikut

Tabel 1.8 Hasil Uji Asumsi Klasik

Jenis Uji	Hasil Uji	Simpulan
Uji Normalitas	Hasil analisis uji normalitas dinyatakan penyebaran data di histogram membentuk garis cembung serta mempunyai nilai standard deviasi $> 0,05$, maka nilai residual berdistribusi normal.	Nilai residual berdistribusi normal
Uji multikolinearitas	Hasil uji multikolinearitas data penelitian ini yaitu nilai Tol dari variable potongan harga dan variabel suasana toko yaitu $0,696 > 0,1$ yang berarti tidak terjadi multikolinearitas. Sedangkan berdasar nilai VIF dari variabel potongan harga dan suasana toko yaitu $1,437 < 10$	Tidak ada multikolinearitas
Uji Linearitas	Hasil uji linearitas menunjukkan bahwa nilai signifikansi $0,486 > 0,05$ maka terdapat hubungan yang linear antara variable potongan harga dan suasana toko dengan variable keputusan pembelian.	Terdapat hubungan linier
Uji Heteroskedastisitas	variabel potongan harga dan variabel suasana toko memiliki nilai lebih besar dari 5% maka tidak terjadi heteroskedastisitas, serta dilihat dari hasil analisis diagram scatterplots, yang hasilnya pola penyebaran tidak merata dan tidak teratur serta tidak menyerupai suatu pola, sehingga artinya tidak terjadi heteroskedastisitas.	Tidak terjadi heteroskedastisitas

Jenis Uji	Hasil Uji	Simpulan
Uji t	Hasil uji signifikansi parsial atau uji t yaitu variabel potongan harga mempengaruhi variabel keputusan pembelian dengan nilai t_{hitung} 2.210 $\geq t_{tabel}$ 1.993, serta nilai signifikansi $0.030 \leq 0,05$ sehingga artinya variabel potongan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Variabel bebas kedua yaitu suasana toko mempengaruhi variabel keputusan pembelian dengan nilai t_{hitung} sebesar 2.787 yang lebih besar dari t_{tabel} 1.993, dengan signifikansi $0.007 \leq 0,05$ maka dapat diartikan suasana toko berpengaruh terhadap keputusan pembelian.	Potongan Harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Suasana Toko berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian
Uji F	Uji signifikansi simultan atau uji F pada penelitian ini diperoleh F_{hitung} 13.239 dengan signifikansi 0,000, sehingga dengan nilai signifikansi 0,000 kurang dari 0,05 bahwa variabel potongan harga dan suasana toko secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian.	Potongan harga dan suasana toko berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian

Sumber : Data diolah oleh penulis (2018)

Berdasar penguraian tabel diatas, dinyatakan bahwa hasil analisis menyatakan terlepas dari asumsi klasik, lalu dilanjutkan pengujian analisis regresi linear berganda yang bertujuan agar mengetahui pengaruh potongan harga, suasana toko terhadap keputusan pembelian (Y). Analisis data dilakukan dengan bantuan program SPSS versi 23. Pemaparan analisis regresi linear berganda dijelaskan sebagai berikut :

Hasil analisis regresi diketahui dengan persamaan regresi di bawah ini :

$$Y = 23,298 + 0,266X_1 + 0,314X_2 + e$$

Keterangan :

Y = Keputusan Pembelian
X1 = Potongan Harga
X2 = Suasana Toko
e = error

Berdasar persamaan di atas, bisa dipaparkan penjelasan dibawah ini :

- 1) Konstanta 23,298 bertanda (+) diartikan apabila potongan harga dan suasana toko = 0 (tak ada perubahan) sehingga nilai variabel keputusan

pembelian 23,298 yang jika potongan harga dan suasana toko tak menjumpai perubahan sehingga keputusan pembelian di Indomaret tetap terjadi dikarenakan pengaruh dari variabel yang lain selain X1 dan X2 seperti kualitas produk, pelayanan, citra toko, harga dan lain sebagainya.

- 2) Koefisien regresi X1 sebesar 0,266 bernilai (+) yang berarti semakin besar potongan harga yang diberikan maka akan meningkatkan keputusan pembelian konsumen Indomaret.
- 3) Koefisien X2 sebesar 0,314 bernilai (+) yang berarti semakin baik suasana toko maka akan meningkatkan keputusan pembelian konsumen Indomaret.

Koefisien Determinasi (R^2)

Hasil uji koefisien determinasi dalam penelitian ini sebesar 0,246 yang artinya bahwa keputusan pembelian pada konsumen Indomaret dipengaruhi oleh potongan harga dan suasana toko sebanyak 25% dan sisanya 75% dipengaruhi oleh faktor-faktor diluar variabel penelitian.

PEMBAHASAN

1. Pengaruh potongan harga terhadap keputusan pembelian di Indomaret Jl.Pulorejo

Berdasarkan hasil analisis diketahui variabel potongan harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan pembelian di Indomaret Jalan Raya Pulorejo kecamatan Prajurit Kulon Kota Mojokerto, sehingga menerima hipotesis pertama.

Hasil penelitian ini menguatkan teori dari Hermawan (2012:133) menjelaskan keberadaan pemberian potongan harga terhadap konsumen sebagai penghargaan seringkali menyebabkan pembelian dalam jumlah yang besar.

Hasil penelitian ini juga menguatkan penelitian terdahulu Rumangkang (2014) menyimpulkan potongan harga berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan pembelian. Emor dan Soegoto (2015) menyimpulkan potongan harga berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan pembelian. Ndari (2015) menyimpulkan potongan harga berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan pembelian.

Berdasar hasil uji diketahui bahwa kondisi variabel potongan harga dinyatakan kuat, yang berarti hasil responden mengenai pernyataan variabel potongan harga sebagian besar menjawab setuju. Hal ini berarti potongan harga di Indomaret dinyatakan baik serta sesuai dengan keinginan konsumen

2. Pengaruh suasana toko terhadap keputusan pembelian di Indomaret Jl.Pulorejo

Berdasarkan hasil analisis dinyatakan variabel suasana toko secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan

pembelian di Indomaret Jalan Raya Pulorejo kecamatan Prajurit Kulon Kota Mojokerto.

Kotler dan Keller (2009:163) menjelaskan bahwa suasana toko tidak hanya mempengaruhi keputusan pembelian, namun suasana toko juga akan meningkatkan pembelian konsumen karena kenyamanan yang dirasakan ketika berbelanja. Hal ini menunjukkan bahwa hasil penelitian saling menguatkan dengan teori.

Penelitian ini menguatkan hasil penelitian terdahulu oleh Suhandri dan Djawoto (2016) menyimpulkan bahwa suasana toko berpengaruh secara positif signifikan terhadap keputusan pembelian. Syahputra dan Supriyatin (2015) menyimpulkan bahwa suasana toko berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian. Tunjungsari dkk.(2016) menyimpulkan bahwa suasana toko berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kondisi variabel suasana toko berdasar hasil uji dinyatakan sangat kuat yang berarti hasil responden mengenai pernyataan variabel suasana toko sebagian besar menjawab sangat setuju. Berdasarkan pemaparan tersebut, kondisi variabel suasana toko dikategorikan tinggi yang berarti suasana toko dinyatakan baik serta sesuai dengan keinginan pembeli.

3. Pengaruh potongan harga dan suasana toko secara simultan terhadap keputusan pembelian di Indomaret Jl.Pulorejo

Berdasarkan analisis di dapatkan hasil variabel potongan harga dan suasana toko secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Penemuan tersebut menerangkan jika kategori variabel potongan harga dan suasana toko saling berhubungan.

Hasil penelitian menunjukkan variable suasana toko berpengaruh lebih besar pada keputusan pembelian di Indomaret Jl.Pulorejo, hal ini dikarenakan ketika konsumen berbelanja di toko ritel modern maka suasana toko menjadi pertimbangan bagi konsumen agar merasa nyaman serta adanya potongan harga yang diberikan menjadi daya tarik utama bagi konsumen dalam berbelanja di Indomaret.

Hasil penelitian ini menguatkan teori dari Dalihade dkk (2014:39) menjelaskan bahwa saat pengunjung memutuskan untuk membeli produk, yang menjadi faktor utama yaitu adanya potongan harga yang dapat menarik perhatian konsumen untuk mendorong calon konsumen guna membeli produk yang ditawarkan dan jika toko tersebut bisa memenuhi keinginan dan memberikan kenyamanan bagi pengunjung, secara langsung pengunjung akan menilai baik bagi toko itu.

Hasil analisis penelitian turut menguatkan penelitian terdahulu Warahma dan Mudiantono (2017) bahwa potongan harga dan suasana toko berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Sehingga pada penelitian ini potongan

harga dan suasana toko berpengaruh signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian di Indomaret Jl.Pulorejo Kota Mojokerto.

PENUTUP

Simpulan

Berdasar hasil analisis penelitian data serta uji hipotesis, maka di dapatkan simpulan di bawah ini :

1. Potongan Harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Indomaret Jl.Pulorejo Kecamatan Prajurit Kulon Kota Mojokerto
2. Suasana toko berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Indomaret Jl.Pulorejo Kecamatan Prajurit Kulon Kota Mojokerto
3. Potongan harga dan Suasana toko secara simultan berpengaruh dengan signifikansi yang rendah terhadap keputusan pembelian di Indomaret Jl.Pulorejo Kecamatan Prajurit Kulon Kota Mojokerto.

DAFTAR PUSTAKA

- An'nisa, Vita. 2016. "Pengaruh Store Atmosphere terhadap Keputusan Pembelian konsumen Café Little Wings di Bandung". *e-Proceeding of Applied Science*. Vol 2 nomor 2
- Arifin, A. 2009. *Seni Menjual*. Yogyakarta : ANDI
- Bangsawan, Satria. 2015. *Manajemen Pemasaran Usaha Kecil*. Yogyakarta : Graha Ilmu
- Dalihade, M.P, James D.D Massie, Maria V.J Tielung. 2017. "Pengaruh Potongan Harga dan Store Atmosphere terhadap Impulse Buying pada Matahari Department Store Mega Mall Manado". *Jurnal EMBA*. Vol 5 Nomor 3.
- Emor, Rizky Y.S dan Agus Supandi Soegoto. 2015. "Pengaruh Potongan Harga, Citra Merek, dan Service Escape terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Indomaret Tanjung Batu". *Jurnal EMBA*. Vol 3 Nomor 2.
- Hermawan, Agus. 2012. *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta : Erlangga
- Koeswara, Sonny. 1995. *Pemasaran Industri*. Jakarta : Djambatan
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2001. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi ke delapan Jilid Kedua. Terjemahan oleh Damas Sihombing. Jakarta : Erlangga
- Lamb, Charles W Hair, *et all*. 2001. *Pemasaran*. Terjemahan oleh Ancella Anitawati Hermawan. Jakarta : Salemba Empat
- Meladiya, Hikma. 2014. *Pengaruh Store Atmosphere terhadap Keputusan Pembelian di MC Donald's Basuki Rahmat Surabaya*. Universitas Negeri Surabaya
- Ndari, Dhian Puspo. 2015. "Pengaruh Potongan Harga terhadap pengambilan Keputusan Pembelian pada U.D Upindo Raya cabang Tanah Grogot". *e-Journal Administrasi Bisnis*. Vol 3(3)
- Putra, Endhar Widjaya, dkk. 2016. "Pengaruh Diskon terhadap Minat Beli serta dampaknya pada Keputusan Pembelian di Matahari Department Store Pasar Besar Malang". Vol 38 Nomor 2. Universitas Brawijaya Malang
- Rumangkang, Senny Febiola, Olivia Syanne Nelwan, Irvan Trang. 2014. "Potongan Harga dan Servicescape pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian pakaian anak pada Matahari Megamas Manado". *Jurnal EMBA*. Vol 2(4)
- Schiffman, Leon G. & Leslie L. Kanuk. 2000. *Consumer Behavior: Fifth Edition*. New Jersey Prentice: Hall Inc
- Schiffman, Leon G. & Leslie Lazar Kanuk. 2007.
- Suharno dan Yudi Sutarso. 2010. *Marketing in Practice*. Yogyakarta : Graha Ilmu
- Syahputra, Denny Eka dan Supriyatin. 2015. "Pengaruh Store Atmosphere, Harga dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian ORE Premium Store". *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* . Vol 4 Nomor 11.
- Susanto, A.B. 2001. *Manajemen Pemasaran di Indonesia*. Terjemahan oleh Ancella Anitawati Hermawan. Edisi pertama Jilid Kedua. Jakarta : Salemba Empat
- Sugiyono. 2003. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung : Pusat Bahasa Depdiknas
- Utami, Christina Widya. 2008. *Manajemen Barang Dagangan dalam Bisnis Ritel*. Malang : Bayu Media